上富良野町観光振興計画

Tourism plan Kamifurano-Town

[概要版]

平成24年12月

あなたと創りたい かみふらの物語

上富良野町

はじめに

上富良野町は、昭和55年に日の出公園へラベンダーを植栽し、昭和56年に町花に制定したことからラベンダー観光が注目され、次第に観光入込客数が増加し、最盛期の平成13年には年間100万人を超えるまでになりましたが、その後の経済情勢の悪化等から旅行需要の停滞により、観光入込客数が年々減少し、また、他の観光地等との競合、団体旅行から個人旅行への旅行動態の変化などの要因も含め、現在では70万人を下回り、地域観光関連産業の衰退が懸念されるところであります。

このようなことから、今後において観光入込客数拡大を図り、安定した地域観光関連産業を確立することが急務であり、民間事業者、観光関連団体及び行政がより一体となった計画的な取り組み実践が求められていることから「上富良野町観光振興計画」を策定いたしました。

この計画は、「第５次上富良野町総合計画」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの６年間を計画期間として定め、町民、観光団体などあらゆる視点から観光を柱とした活力あるまちづくりを目指していくものです。

今後は、本計画が上富良野町の観光を推進する原動力として、町民との協働により事業が展開され、地域の活性化へと繋がっていくことを期待しています。

終わりに、本計画策定にあたり貴重なご意見をいただきました方々や、ご指導ご尽力を賜りました関係者の皆様に深く感謝を申し上げるとともに、今後とも町民の皆様のご支援、ご協力をよろしくお願いいたします。

平成24年12月

上富良野町長　向 山 富 夫

Tourism plan
Kamifurano-Town

C O N T E N T S

1章 上富良野町観光振興計画の目的

1. 観光振興計画の目的と位置付け 01
2. 上富良野町が進める観光地域づくり 03

2章 上富良野町観光を取り巻く現状と課題

1. 観光の現状と課題 05
2. 観光振興計画における重点テーマ 13

3章 上富良野町観光の将来ビジョン

1. 観光振興計画の基本コンセプト 15
2. 顧客ターゲットのイメージと目標設定 16
3. 観光振興計画の基本戦略 20

4章 目標実現に向けた戦略プラン

1. 観光振興計画の実施体制 21
2. 観光振興計画における行動計画 23

1章　上富良野町観光振興計画の目的

1. 観光振興計画の目的と位置付け

観光振興計画の目的

上富良野町では、ラベンダー観光が注目されてから観光入込客数が増加し、平成13年には年間100万人を超えるまでに至り、隣接する市町村とあわせた富良野・美瑛エリアが国内有数の観光地として広く認識されるまでになりました。

しかし経済情勢の悪化と旅行需要の停滞により、観光入込客数が年々減少し、現在では70万人を下回り、地域観光関連産業の衰退が懸念されるところであります。

このようなことから、今後において観光入込客数の維持、拡大を図り、安定した地域観光関連産業を確立することが急務であり、民間事業者、観光協会及び行政がより一体となった計画的な取組みが求められるものであります。

上富良野町では、観光事業者だけではなく町民との協働による観光地域づくりを進め、上富良野町の魅力の一層の向上と産業・地域社会の発展を実現するため、「上富良野町観光振興計画」を策定しました。

観光振興計画の位置付け

上富良野町観光振興計画は「第５次上富良野町総合計画（平成21年度～平成30年度までの10カ年）」の基本理念を原則とし、平成25年度から平成30年度までの６年間を計画期間として定めます。

観光振興計画の位置付け

第5次上富良野町総合計画（平成21年度～平成30年度）

四季彩のまち・かみふらの　～風土に映える 暮らしのデザイン～

まちづくりの基本方針

- 時代を的確に捉える取り組み
- 情報発信・受信・共有の取り組み
- 協働によるまちづくり運営
- 町民満足度重視の取り組み

達成目標

- 人や地域とつながりのある暮らし
- 穏やかに安心して過ごせる暮らし
- 快適で楽しく潤いのある暮らし
- 地域の宝を守り・育み・活用できる暮らし
- 誇りと責任・役割を分かちあえる暮らし

上富良野町観光振興計画

観光を通じて総合計画の目標到達につなげる！

2．上富良野町が進める観光地域づくり

観光振興計画で捉える観光の考え方

観光は地域資源をお金に変える有力なツール

○ 昨今地域固有の資源に着目した観光のあり方が注目されていますが、重要なことは、地域資源をお金に変える、あるいは地域資源をより多くの人に知ってもらう発想です。地域の一次産業を有効に活用した加工品やレシピ、体験型・ふれあい型のプランに、多くの人がお金を払ってくれる仕組みを考えることが観光振興につながります。

○ 観光は「地域資源をお金に変える」「地域資源をより知ってもらう」ための有力なツールであり、その意味では観光振興は地域振興にそのままつながる概念です。

観光振興により大きな経済効果が生まれる

○ 観光は裾野が広く、宿泊業者や農業者、加工業者、飲食店、土産品等小売店、交通事業者など様々な産業が関わりを持っている点で大きな特徴があります。

○ 例えば農家が農業体験のような形で観光客を受け入れる、地域の特産品を観光客が買う、美術館に訪れる、地域の飲食店で上富良野ならではの素材を使用した昼食をとる、観光客がタクシーを使って町内の観光施設へ訪問する、景勝地スポットの自動販売機で観光客が飲み物を買うなどは全て観光の一環と捉えることができます。

○ このように観光客が地域で使ったお金が地域で循環することで、大きな経済波及効果を生み出します。

町民との協働で観光地域づくりを進めます

これから目指すべき観光のスタイルは町民を主役とした「地域主導型観光」

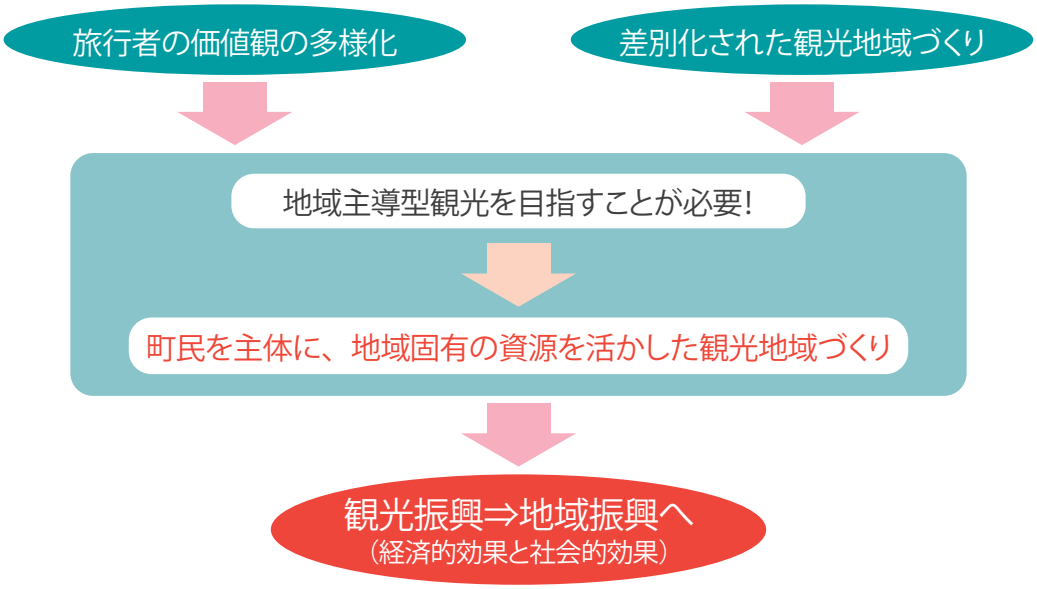
○ 今後目指すべき観光のあり方として「地域主導型観光」が重要と考えています。地域主導型観光とは、地域のビジョンに基づき、地域関係者が主導的に意思決定しながら推進する観光であり、自然環境や地域文化、町民の誇りの醸成や意欲の喚起など地域づくりなども含まれている概念です。

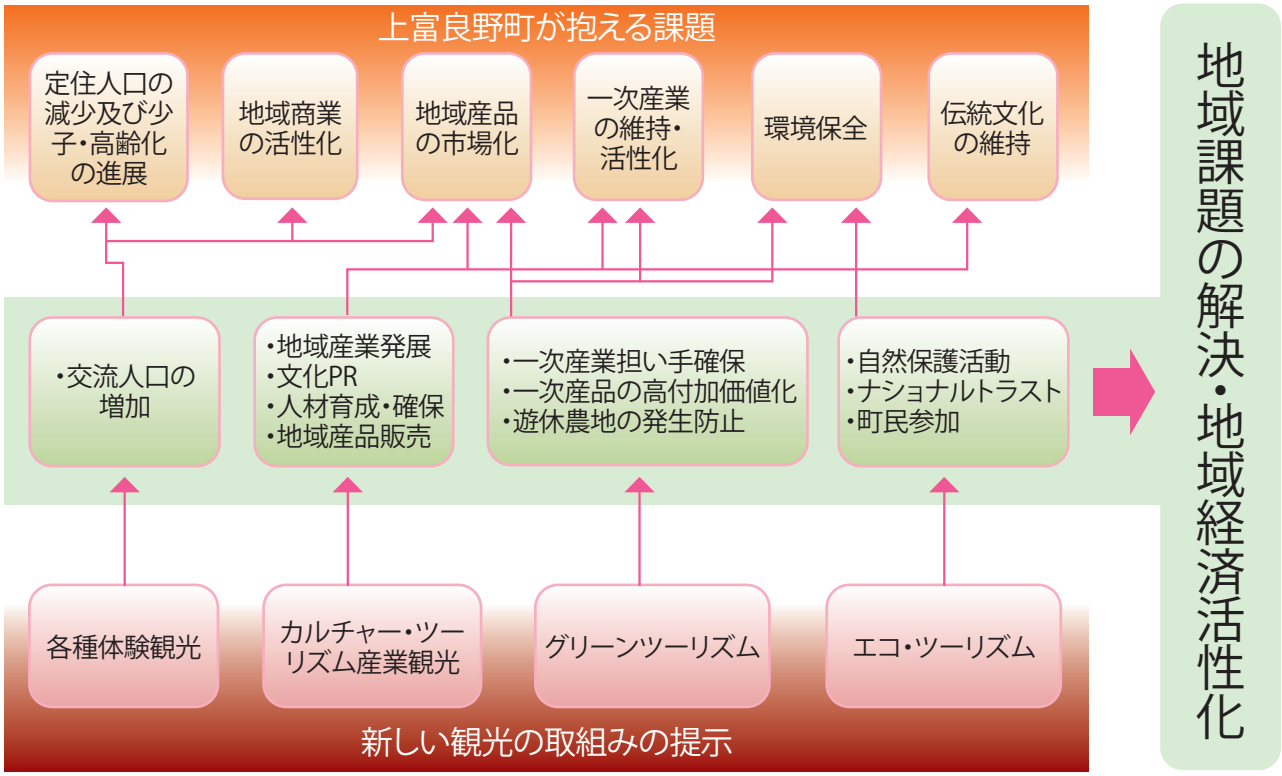
地域振興の観点から観光振興を行うことが必要（町民と共有化できる観光振興計画の構築）

○ 観光振興は地域振興の発想から実施することが重要であると認識しており、地域主導型観光を目指すことがその近道であると認識しています。そこでは町民と共有化できる計画の構築と、計画の具体化に向けた地域資源・町民をキーワードにした展開が重要と考えます。

○ 地域主導型観光を効果的に推進することで、中長期的には中心市街地活性化や一次産業の維持・活性化、移住者の増加など町が抱える諸課題の解決にも貢献すると考えます。

観光地域づくりの仕組みとプロセス





上記のような観光の取組みを積み上げることで上富良野町の課題の解決、地域の経済循環が高まることで地域経済の活性化につながる！

2章　上富良野町観光を取り巻く現状と課題

1．観光の現状と課題

（1）町内観光関連施設の現状・課題整理

① 十勝岳温泉郷（温泉・宿泊施設等）

十勝岳温泉郷には優れた泉質の温泉が豊富であり、温泉や山岳景観を売りにした旅館もあり、夏場は特に十勝岳連峰への登山を目的とした方々を含めた観光客で賑わいます。

しかしながら10月の紅葉のシーズンの終了後、翌年の花観光の時期まで観光客の利用は少なく、この期間の利用客の獲得が課題となっています。

札幌まで送迎バスを走らせている宿泊施設もありますが、こうした取組みは限定的で、まだ十勝岳温泉郷の宿泊施設全体の取組みには至っていません。

今後は個々の温泉宿泊施設の一層のレベルアップに加えて、温泉と宿泊にプラスした観光メニューの開発と提供や観光客の獲得に向けた施設同士の連携による取組みなどが期待されます。

② 宿泊施設

町内には、十勝岳の温泉宿泊施設のほかにもペンションや客室からの展望のよいホテルなど魅力的な宿泊施設が多数存在します。

これら施設は食事やサービスに工夫を凝らし、固定客を多く有していますが、秋から春にかけての時期の集客に課題を抱えているところが多くなっています。

各施設はそれぞれ独自に集客に向けた取組みを行っていますが、十勝岳温泉郷の宿泊施設と同様に、今後は特に秋から春の時期にかけての集客アップに向けた事業者の連携による対応が期待されます。

③ 花・ラベンダー関連

上富良野町を含めて富良野から美瑛にかけてのエリアは、ラベンダーを中心にした「花を巡る観光地」としてのブランドが既に確立しています。

上富良野町は「ラベンダー発祥の地」でもあり、ラベンダーを中心に「花」を売りとした施設やスポットが多数存在しており、とくに７月～８月にかけては数多くの観光客が訪れます。

しかしながら、隣接する地域においてもラベンダーを含めた「花」資源を特色とした観光施設が存在しており、競争が激しい状況です。

例えば「フラワーランドかみふらの」はかつて入園料を徴収していましたが、こうした競争なども背景にあり現在は、トラクターバスへの乗車を除き入園は無料となっています。

上富良野町には隣接する地域には決して負けない質の花・ラベンダー資源がありつつも、美瑛町や中富良野町と比べ観光客の集客に苦戦している状況であり、今後新たな対策が必要と考えられます。

④ 歴史・芸術・文化

町内には、現代日本画壇を代表する画家、後藤純男画伯の作品を展示した「後藤純男美術館」や、地域の農業の特色と歴史が分かる「土の館」、さらに町の歴史を伝える「上富良野町郷土館」、上富良野町を活動拠点とする写真家のギャラリーなど歴史や芸術に関連した施設が充実しています。

後藤純男美術館は団体ツアーの受入れを７月から10月にかけて行なっており、個人客の受入れを含めてこの時期は多くの人が訪れます。

一方で「土の館」は北海道遺産にも認定されていますが、観光客の訪問は夏場でもそれほど多くなく、「上富良野町郷土館」にはシーズンを通じて観光客が訪れることはあまりありません。

こうした地域の資源は観光客の認知度も決して高くなく、今後は「観光客を呼び込む」視点からの対応が期待されます。

⑤ 公園・遊園地等

観光客が訪れる公園や遊園地として上富良野町内には「日の出公園」「見晴台公園」「深山峠アートパーク」などがあります。

日の出公園にはオートキャンプ場が併設されているほか、さらに花畑が整備されています。

夏場は地元客のほか観光客も多く訪れます。今後は花の一層の充実を図るためラベンダーの苗を入れ替える予定のほか、丘の上にも駐車場を整備し、車で移動ができるような対応が検討されています。

また、見晴台公園には観光案内所が設置されていますが、観光客にとって場所が分かりづらいことが課題となっています。

深山峠アートパークは「トリックアート美術館」や観覧車、物産館や飲食施設もあり多数の観光客が訪れます。ここはかつては通年で営業していましたが、今は冬場はクローズとなっています。

⑥ アウトドア・体験

十勝岳連峰は登山客から特に人気があり、山開き後は全国から登山客が十勝岳を訪れます。

また十勝岳連峰は冬は良質のパウダースノーに覆われ、近年ではスキー・スノーボード客も増えつつあり、特にオーストラリアからの観光客が多く訪れるのが特徴の一つとなっています。

さらに町内には、ガラスや陶芸などの工芸品づくり体験ができる施設があるほか、限定的ではありますが農業・加工の体験などグリーンツーリズムを実践する事業者も存在します。

近年では、地域のフットパスの取組みも注目されており、このように様々なアウトドア・体験観光の動きが定着あるいは成長しつつあります。

今後は観光客に向けた情報発信に加え、集客の向上に向けこうしたアウトドア・体験の資源を活かした、新しい観光の取組みが期待されます。

⑦ 食べる

上富良野町は豚サガリ発祥の地といわれており、養豚も盛んです。「かみふらのポーク」の名称で様々な利用がこれまでなされており、カレーは「かみふらの豊味豚カレー」として上富良野町内の温泉宿泊施設などで提供されています。人気の焼肉店も多く地元客のほか観光客の利用も増えています。

また、豊かな農作物を活かしたファームレストランやハンモックに寝そべりながら自然景観を満喫できるカフェ、北海道ミシュランガイドで認定された飲食店など、「食」にかかわる資源は極めて豊富です。

しかしながら、夏場の花観光の時期は多くの観光客が訪れるものの、秋から春にかけては利用も少なくなり、また観光客への地域の食資源に関する情報が浸透しているとはいえず、今後は観光客への認知度を高めるとともに、秋から春の観光オフシーズンの集客の対策が求められます。

⑧ 景勝スポット

町内には魅力的な景勝スポットが数多く存在しています。

平成11年には町民から、お勧めの景勝スポットをお知らせいただき「かみふらの八景」としてお勧めのポイントを整理しました。

町内にはこの「かみふらの八景」以外にも数多くの魅力的な景勝スポットがありますが、観光客の認知度が決して高くないものが多く、今後はインターネットや観光パンフレットの中で価値を伝えていくとともに、観光客が立ち寄りやすい誘導や駐車場の整備などハード面の対応も必要です。

⑨ イベント

現在、「かみふらの雪まつり（２月）」「十勝岳山開き（6月）」「花と炎の四季彩まつり（7月）」「十勝岳紅葉まつり（10月）」「北の大文字（年末）」などのイベントが行われています。

各イベントともに、地元客に加えて観光客も数多く訪れますが、近年各イベントの内容がやや固定しており、新しい企画を期待する声も聞かれます。

⑩ その他

その他、施設の釣り堀で釣ったニジマスやヤマメなどを食べさせてくれる飲食店や、自衛隊、天文台、長大な十勝岳噴火防災施設群などこれまで直接観光とは結びつきがないものの、今後は観光との融合により新たな観光プログラムの展開が期待できる資源が多数あります。

多くは町民との関わりが多いものですが、観光に関わる資源の一つと捉えこれから目指す上富良野町の新しい観光との接点を今後見出すことが必要と考えます。

※写真提供はいずれも「一般社団法人 かみふらの十勝岳観光協会」

（2） 統計資料からみた現状・課題整理

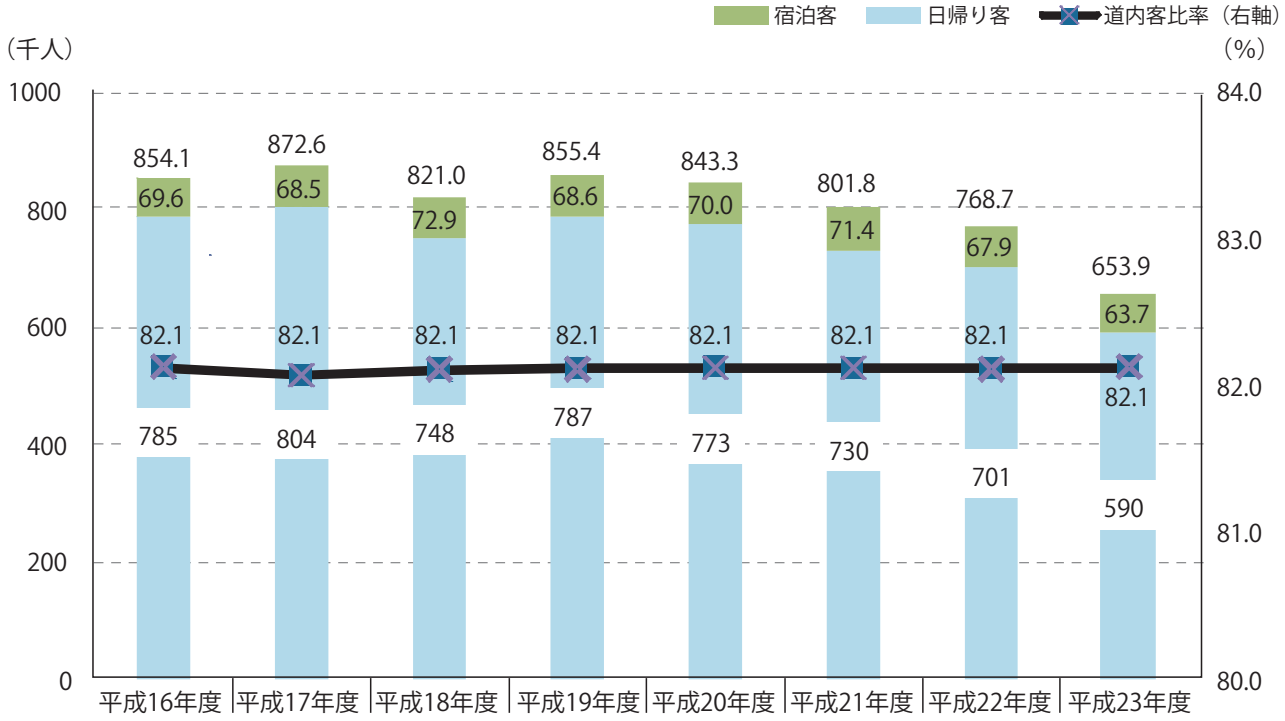
北海道の観光入込客数調査報告書によると、上富良野町の近年にかけての観光客入込は概ね80万人台で推移していますが、近年にかけて減少傾向にあり、平成23年度は70万人を下回りました。

また、観光客の多くは日帰り客であり道内客のウエートが高くなっています。さらに近年にかけては外国人の観光客も増加傾向にありましたが、平成23年度は東日本大震災の影響等もあり減少しました。各月ごとの観光客の入込状況をみると、夏場（7月、8月）に集中しており、冬場のイベントなどはあるものの11月から4月にかけて観光客入込が少なくなっています。上富良野町で行われているイベントごとの集客数においても、夏に行われる「花と炎の四季彩まつり」が突出しています。

この時期はラベンダーに代表される花観光の最盛期でもあり、来訪者の多くが花観光を目的としていると考えられます。

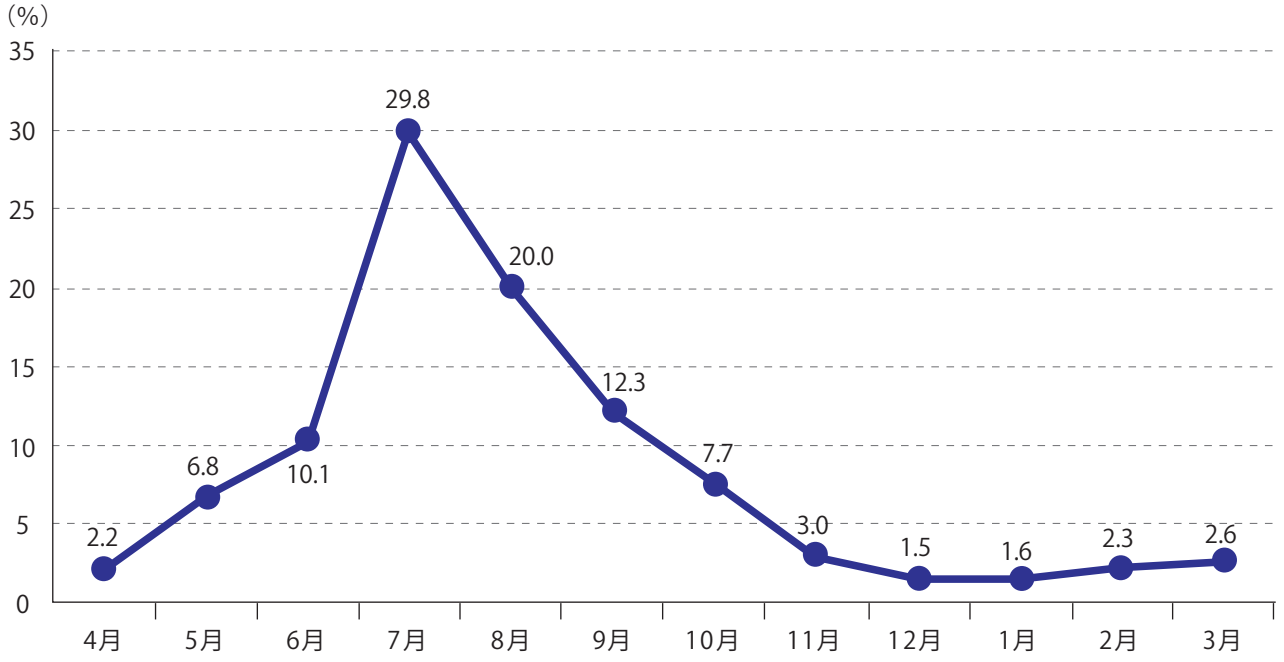
上富良野町は「花」、「温泉」、「芸術」、「登山」など多くの観光資源を有していますが、観光の現状は道内客を中心に夏場の観光に大きく依存していることが大きな特徴です。

図表１　年次別観光客入込動向（宿泊・日帰り客別）・道内客比率の推移



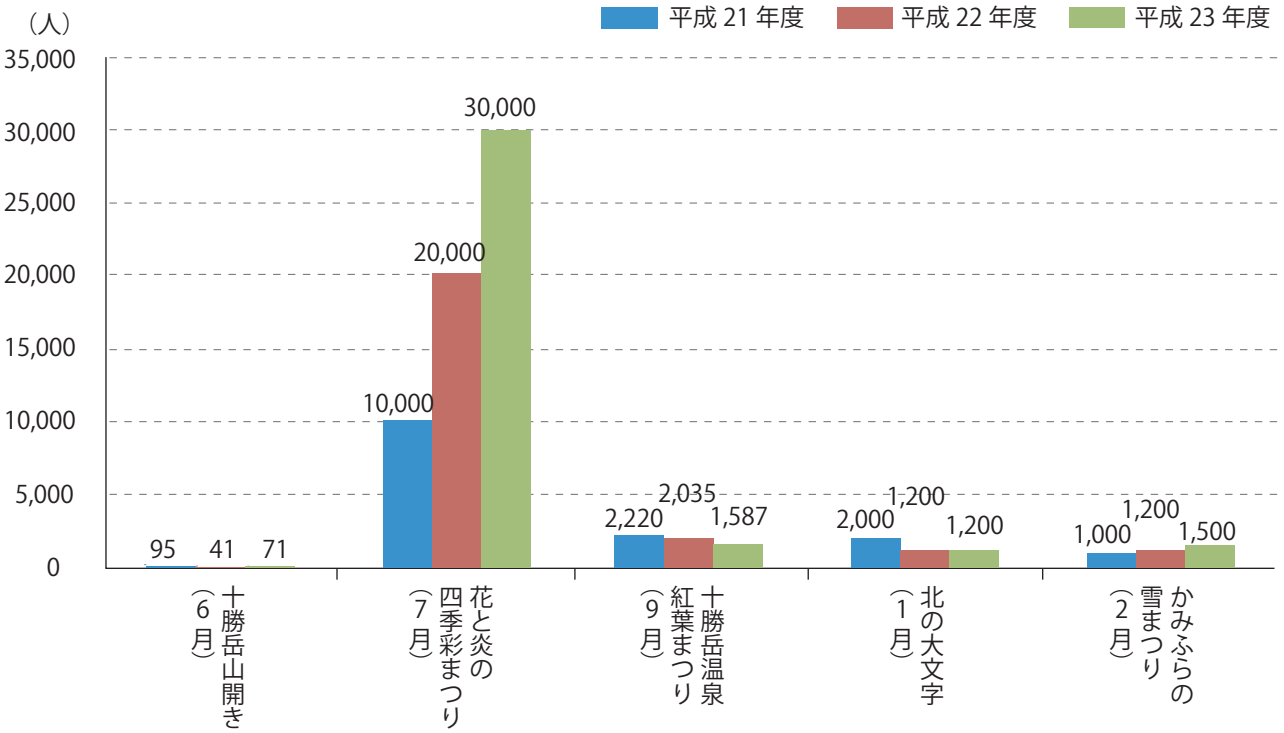
出所：北海道観光入込客数調査（平成 23 年度）

図表２　月別観光客入込比率（平成23年度）



出所：北海道観光入込客数調査（平成 23 年度）

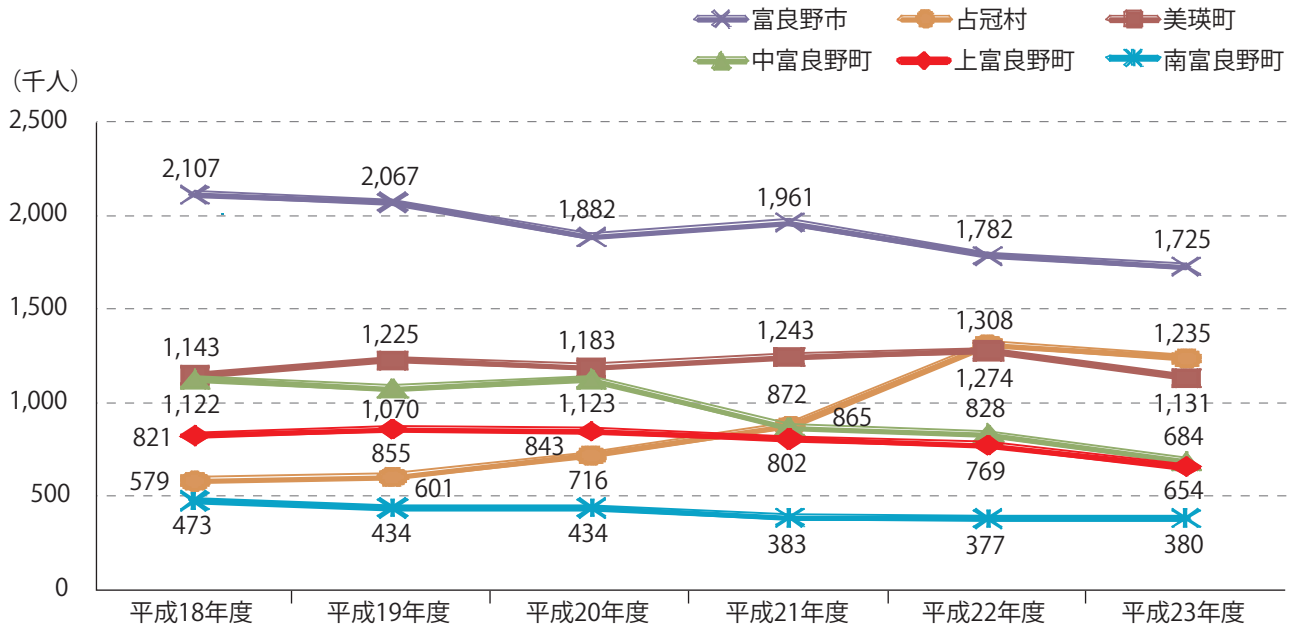
図表３　イベントへの参加人数



出所：上富良野町

富良野圏域（富良野・美瑛エリア）と観光客の入込を比較すると、上富良野町は富良野市や美瑛町と比べ、観光客の入込数が少なく、富良野～美瑛エリアの中では観光客取り込みの余地は十分大きいものと考えられます。

図表４　富良野・美瑛エリアの観光客入込数の推移の比較



出所：北海道観光入込客数調査（平成 23 年度）

2. 観光振興計画における重点テーマ

（1）観光特性（強みと弱み）の分析～SWOT分析による検討

これまでの調査結果等を踏まえて、「ＳＷＯＴ分析」を用いて上富良野町の観光振興に関する問題点・課題を整理しました。

SWOT分析による上富良野町の観光の特徴整理

	内部環境	
	強み（Strength）	弱み（Weakness）
	・食資源や温泉資源、景勝スポットなど観光関連資源が豊富でバラエティに富む ・移住者が多く、外部の視点から観光を捉える機会がある ・フットパスや、グリーンツーリズムなど地域の資源を活かした観光の取組みが立ち上がっている ・季節を通じたイベントが展開されている	・町民自体が町内の観光関連資源の理解が不十分 ・観光客を快く受け入れる気運が町内で徹底していない ・町内の観光がつながりのある展開になっていない ・町内の観光情報の発信が不十分（あまり知られていない） ・夏場の花観光に依存 ・近接自治体と比べて観光のシンボルのインパクトが弱い ・観光施設・スポットの駐車場等、誘導表示等ハード面の整備が不十分
外部環境	機会（Opportunity）	
	・富良野～美瑛の全国的にブランド力のある観光エリアの中心に位置し、花観光の時期は観光客の行き来が非常に多い ・富良野～美瑛観光において上富良野町をメインの目的地にする人も多く、来れば満足してもらえる要素が多い ・上富良野町の花以外の観光関連資源に対する観光客の関心も高い ・小グループ・個人の価値追求型の観光に関心が高まっており、上富良野町の観光関連資源との整合性が高い ・札幌、旭川といった都市部との近接性	
	脅威（Threat）	
	・景気の低迷、航空路線の縮小等に伴ない観光客が全般的に減少傾向 ・消費動向全体と同様に、観光における消費額も減少傾向 ・近接自治体を含めて、道内で観光客の獲得に向けた競争が激化	

観光振興に向けた取組み方向

観光のコンセプトを明確にする

観光客が上富良野にくるメリット、来ることで得られる価値・よさを明確にした取組みを行うためのビジョンが必要

多様な観光ニーズに対応した展開

上富良野ならではの観光資源を活かし、花を補完する観光を今後展開する

情報発信体制の強化、情報発信方法の多様化

フェイスブックやツイッターなど情報発信の方法に多様性をもたらすとともに、観光客に価値・よさが伝わる情報発信の方法を検討

町全体で観光客を快く受入れもてなすことができる気運の醸成

地域の観光資源を町民がよりよく知るとともに、観光客を迎える一人としての意識をもってもらう

観光客に満足してもらうための観光関連施設、スポットの整備

駐車場整備や花壇の充実など観光地としての魅力を向上させるための案内表示・駐車場等インフラ整備を行う

（2）観光の現状からみた今後の重点テーマ

SWOT分析の結果等を踏まえて、観光振興を図るための重点テーマを次のように設定します。

今後は観光客の求める多様な価値・期待に応える観光を展開するため、目指す観光地域づくりのコンセプトを明確にしつつ様々な取組みが必要となります。

観光客の求める価値・期待に応える観光の展開

↓

観光振興のコンセプト設定

- 町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる気運
- 多様な観光ニーズに対応した展開
- 観光客に満足してもらうための観光関連施設・スポットの整備
- 情報発信体制の強化、情報発信方法の多様化

↓

こうした取組みを通じて・・・

- 観光客の増加
- 観光関連産業の振興
- 町民の郷土愛の醸成
- 地域振興のための協働意欲の創出　etc

↓

総合計画の目標である

- 人や地域とつながりのある暮らし
- 穏やかに安心して過ごせる暮らし
- 快適で楽しく潤いある暮らし
- 地域の宝を守り・育み・活用できる暮らし
- 誇りと責任・役割を分かちあえる暮らし

実現へ

3章　上富良野町観光の将来ビジョン

1．観光振興計画の基本コンセプト

上富良野町の観光の現状・課題などから観光振興計画のコンセプトを「あなたと創りたい　かみふらの物語　～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～」に設定し様々な取組みを進めます。

観光振興計画におけるコンセプトは、今後の上富良野町の新しい観光地域づくりを進めていく際、町民及び町内の関係者が共有するスローガンとなるほか、観光客に対し上富良野町の観光の魅力を伝えるメッセージともなります。

このコンセプトは町民とともに、上富良野町の物語を創りながら新しい観光を進めていくことに加えて、訪れる観光客にも、上富良野町を訪問し様々な観光を楽しんで癒され、上富良野町の物語を創っていただくことを期待したメッセージとなっています。

【観光振興計画の基本コンセプト】

「あなたと創りたい　かみふらの物語」

～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～

メインタイトル

あなたと創りたい　かみふらの物語

「あなた」は町民と観光客の両方を指します。まずは新しい観光地域づくりに向けて、町民と協働で「かみふらの物語」の素材となる観光資源を創り上げていくことが必要と考えます。

また観光客は、観光資源を自分の価値・期待に応じて組み合わせて、自分だけの「かみふらの物語」を創ってもらい、満足してもらうとともに「かみふらの物語」をさらに周囲に語ってもらうことで次の集客につなげるイメージです。

サブタイトル

五感で感じる上質の癒し空間へようこそ

上富良野町を訪れる観光客の満足の根底にあるものは、「食べて癒やされる」「目で見て癒やされる」など様々な『癒し』と認識しています。五感とは「目で感じる」「耳で感じる」「体験して感じる」「食べて感じる」「香りとして感じる」ものであり、町にはこの五感で癒やされる上質の観光資源が数多く存在しています。

「あなたと創りたい　かみふらの物語」の具体的展開に向けて、この五感で癒される観光資源の発掘と磨き上げを、町民と一緒に行い、観光客にもPRしてくことをイメージしています。

２．顧客ターゲットのイメージと目標設定

（１）ターゲット顧客の考え方

観光対象からみたターゲットの考え方

上富良野町には、観光客の様々な価値や期待に応えられるだけの多様な観光資源が存在しています。

今後、観光客の入込を増やし、地域の活性化につなげていくためには上富良野町にある観光資源の特徴や立地特性などからターゲットとする顧客イメージを定めた観光を展開していくことが効果的であることから今後ターゲットとする顧客イメージを次のように定めます。

花（ラベンダー）観光の中心層	○上富良野町は富良野～美瑛の観光エリアの中心部に位置し、７月～９月の花観光の時期には多くの観光客で賑わいます。 ○この時期は札幌や旭川などの近隣の都市部を含めて、全道から観光客が訪れるほか、道外・海外からもラベンダー観光を目的に多くの観光客が訪れます。 ○しかしながら、富良野や美瑛、中富良野と比べると観光客入込数が少なく、本来迎えられる観光客を大きく取りこぼしている可能性が ○あります。 ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士などターゲットは比較的幅広くなりますが、この富良野～美瑛エリアの観光に訪れる観光客をいかに上富良野町に呼び込むかが、重要なテーマになると考えます。
登山客・アウトドア客の中心層	○十勝岳連峰の登山客やフットパスなどはどちらかというと健康志向を背景にした中高年層が多くなっていますが、「山ガ―ル」と言われる若い女性の登山客も近年増えています。
宿泊客の中心層	○十勝岳温泉郷の宿泊利用者については、中高年層が中心になりますが、ペンションの利用者については若いファミリー層、夫婦・カップルなどが中心のターゲットになります。
飲食店利用の中心層	○ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士などが中心のターゲットになり、年齢層も幅広くなります。
美術館やギャラリーなどの中心層	○後藤純男美術館は中高年層の利用が多くなっており、土の館や町内のギャラリーなどは観光訪問地としてあまり認知されておりませんが、利用者の多くは同様に中高年層となっています。

●外国人観光客の考え方

上富良野町には、数多くの外国人観光客が訪れるようになっており、今後重要な観光客としての位置付けが一層増すものと考えられます。

訪れる外国人観光客の多くは香港・中国・台湾・韓国などからの団体のツアー客ですが、近年は、レンタカーを使った小グループの観光も増えています。

さらに、オーストラリアの観光客が冬場に十勝岳温泉郷の温泉宿泊施設などを利用しながら、バックカントリースキー（山スキー）やスノーボードなどのウインタースポーツを楽しむ光景も目立つようになってきました。

バスにより団体ツアーの一環で訪問する外国人観光客も今後の観光を考える上では、必要な顧客対象となりますが、観光振興計画の中では、将来的に上富良野町のファンになり上富良野町の観光の発展に貢献してくれるような良質の顧客を拡大していくことが重要と考えております。

観光振興計画では団体ツアーではなく、自ら上富良野町に関心を持って訪問してくれる顧客層、環境保全にも理解のある良質の観光客をターゲットとします。

●誘客市場からみたターゲットの考え方

上富良野町は、旭川はもちろん札幌からの距離も比較的近く、日帰りでの観光も十分可能です。

札幌圏（札幌、江別、小樽など）や旭川圏（旭川市を中心とした周辺地域）、空知圏（岩見沢、滝川、夕張、芦別など）といった大きな観光市場は上富良野町からも近く、１年を通じ観光のターゲットとする必要があると考えます。

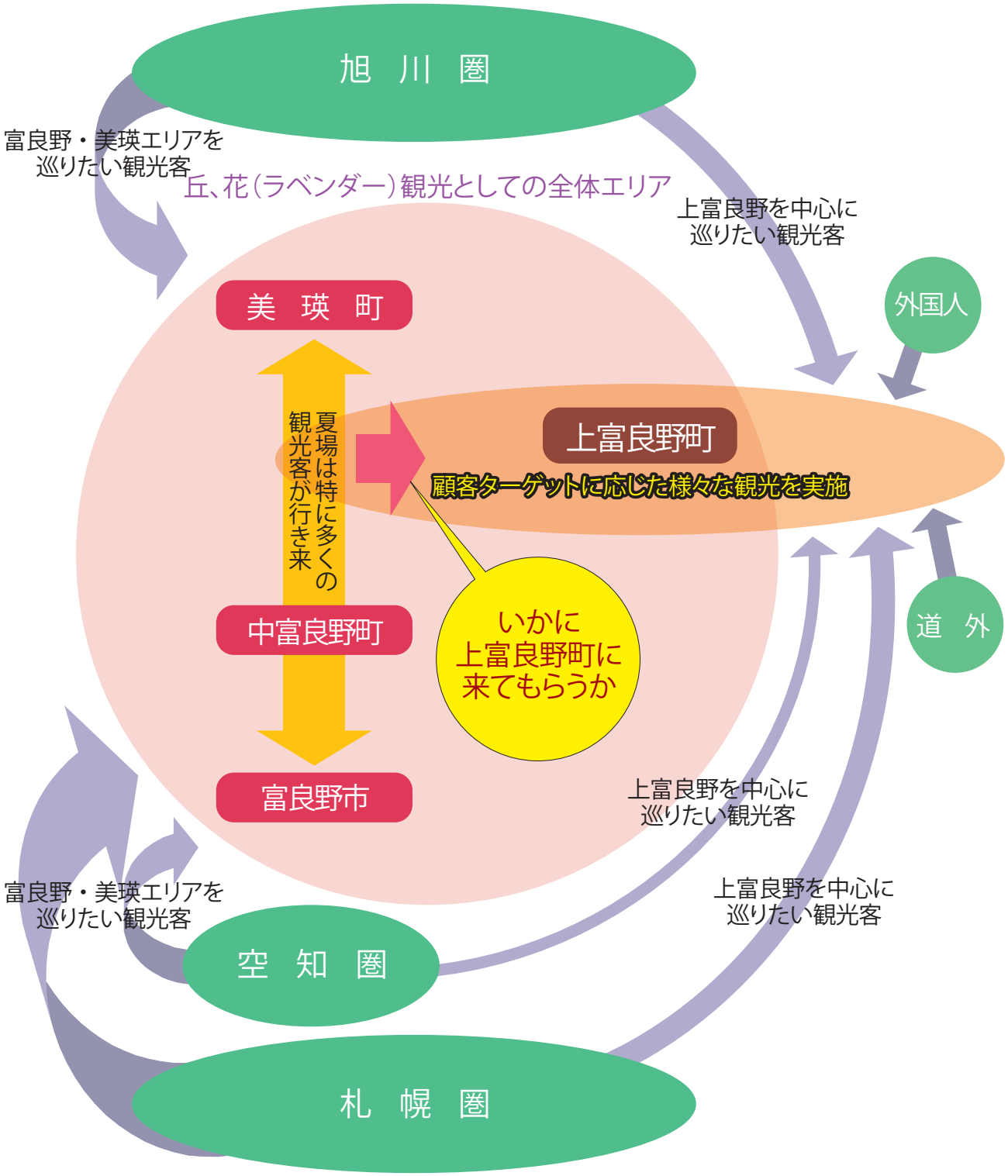
今後目指す顧客ターゲットのイメージ

観光対象からの視点	顧客ターゲットのイメージ
花観光	ファミリー層、夫婦・カップル、友人同士など広い顧客層 ※富良野～美瑛エリアを訪れる観光客をいかに上富良野町に呼び込むかが大きな観光テーマ
飲食店利用	
登山・アウトドア	中高年層が中心（アウトドア志向、芸術志向が強い人） 若い女性グループ（口コミ情報の受発信者）にも着目
美術館・ギャラリー	
十勝岳温泉郷旅館	ファミリー層、中高年層などが中心
ペンション	若いファミリー、夫婦・カップルなどが中心

外国人観光客の視点	顧客ターゲットのイメージ
	香港・台湾のなどアジア圏およびオーストラリアの個人旅行者（富裕層など） ※タイプは上記イメージと同じ

誘客市場の視点	顧客ターゲットのイメージ
	札幌圏、旭川圏（冬場も有望）、空知圏

今後目指す顧客ターゲットのイメージ



（2）観光振興計画で目指す目標

観光振興計画における基本目標は、観光入込客数の増加と観光消費額の増加などの経済的・定量的なもののほか、町全体の観光客をもてなす機運の醸成・町民の郷土愛の醸成など社会的なものにもおきます。

このうち、観光入込客数の増加については数値目標をかかげ、様々な観光の取組みを通じて実現を目指します。数値目標は３年後の目標も定め、3年後の検証を通じて目標実現に向けた課題整理と、対応の再構築を行います。

観光振興計画の基本目標

観光入込客数の増加	観光消費額の増加	観光客をもてなす機運の醸成	町民の郷土愛の醸成
・日帰り観光客の増加 ・宿泊客の増加 など	・観光施設の利用 ・町内飲食店の利用 ・土産品の購入 など	・町内の事業者、町民の観光客への親切な対応 ・観光事業への町内事業者、町民の積極参加 など	・町の魅力の再認識と郷土を誇れる気持ち ・地域の自然や景観・観光資源を保全する気持ち など

町内関係機関・町民等との協働による観光推進体制の構築、新しい観光プログラムの構築と展開により実現へ！

観光振興計画における観光客入込数の目標

観光の目標	現状（平成23年度）	3年後（平成27年度）	6年後（平成30年度）
日帰り観光客	59万人	73万	82万人
宿泊客	6万人	7万人	8万人
合計	65万人	80万人	90万人

※３年後に目標数値の検証を実施

3．観光振興計画の基本戦略

（1）「五感」から癒やされる観光資源の発掘・創造・組み合わせ

観光振興計画で掲げた目標を達成するため、行動指針が必要となります。計画では目標達成のための具体的な推進項目（どのような観光プロジェクト、観光推進・情報発信体制をつくるか）を検討するための推進戦略（行動指針）をまとめました。

基本的には、計画の基本理念である「癒し」の要素（「食べる」「見る」「聞く」「体験する」「香る」）を柱に、特色ある観光プロジェクトを推進していくことを目指しています。

5つの癒しによる展開

食べて癒やされる!	地域内の食資源を活かしたメニューの効果的な提供、シンボリックな特産品の開発などを実施
見て癒やされる!	かみふらの景観づくり条例を遵守しつつ、十勝岳や丘陵のほか、美術品、青空や夜空、森林などを効果的に活かした展開を実施
聞いて癒やされる!	鳥のさえずりや川の流れる音、音楽などを効果的に活かした展開を実施
体験して癒やされる!	温泉や登山、パークゴルフ、フットパス、農業体験などを効果的に活かした展開を実施
香りで癒やされる!	ラベンダーに代表される花や、山、森の香りなどを効果的に活かした展開を実施

五感の癒し要素を必要に応じて組み合わせるなど、
顧客ターゲットの求める価値・期待に応じた観光事業を展開する!

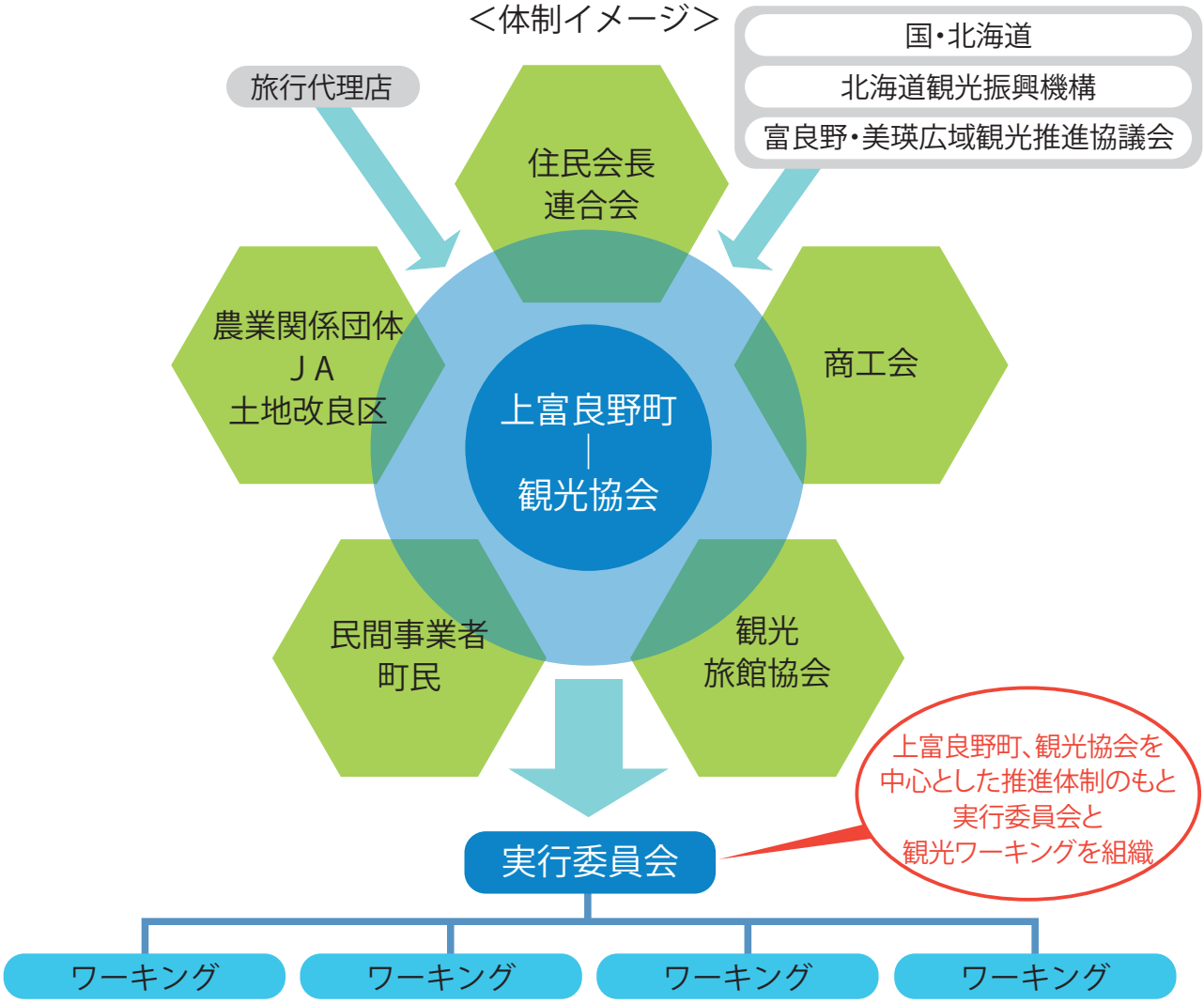
4章　目標実現に向けた戦略プラン

1．観光振興計画の実施体制

観光振興計画を具体的に進めていくにあたり、実行力のある組織体制の構築が必要不可欠です。今後の新しい観光地域づくりに向け、「上富良野町」と「かみふらの十勝岳観光協会」を中心に、上富良野町商工会、JAふらのなどが連携した推進体制を構築し、関係者がそれぞれ役割を分担しながら各観光プロジェクトを進めます。

また、具体的に観光プロジェクトの実行並びに今後新たな観光となる物語の構築に向けた実行委員会の設置と観光テーマに応じたワーキンググループを組織します。

観光振興計画の推進体制



ワーキングチームは、ターゲットとして想定した顧客を上富良野町に呼び込むため、町内の様々な観光の取組みを企画し実践する主体としての位置付けです。

今後は、観光客が町内の観光施設やポイント等を訪問し、五感から癒され満足いただきながら「かみふらの物語」を創り上げてもらうため、観光振興につながる多様なテーマを設けてワーキングを結成します。

現在、想定しているワーキングのイメージ例は次のとおりです。

【ワーキングのイメージ】

ワーキング名	ワーキングの課題とテーマ例
観光資源発掘・物語創りワーキング	町内で埋もれている観光資源・スポットを町民と協働で発掘・磨き上げを行う。
ニューツーリズムワーキング	アウトドア（登山、フットパス）やグリーンツーリズム（直売所の充実、農業体験等）などを通じて町内の観光を楽しんでもらう。
特産品開発ワーキング	町内の資源を活かした観光客向け土産品、特産品を開発する。
イベント創出・地域商業活性ワーキング	観光客と町民が触れ合うことができるイベントの企画、既存イベントの町民企画の提案、商店街活性化などを目指す。
オフシーズン対策ワーキング	秋から春にかけてのオフシーズン期の観光プランの開発を行う。
宿泊拡大ワーキング	連泊客の増加、オフシーズン期の宿泊者の確保などをテーマとした観光プランの開発を行う。
2～3時間上富良野に寄りませんかワーキング	ラベンダー観光の時期に富良野～美瑛エリアを訪れる観光客を上富良野に呼び込むための取組みを実施。

※いずれのワーキングにおいても「五感の癒しにつながる」メッセージを意識して取組みます。

2．観光振興計画における行動計画

（1）重点テーマに応じた具体プロジェクト（施策の体系）

観光振興計画の目的

地域の町民との協働による観光地域づくりをすすめ、上富良野町の魅力の一層の向上と産業・地域社会の発展を実現

6年後の姿

経済的な目標

○道内、道外、海外から観光客が上富良野町に多数訪問し、宿泊者も増加!

○観光施設、飲食店などの利用者が増えるとともに、土産品の購入も進み、 観光消費額が増加!

社会的な目標

○多くの町民や町内の事業者が地域の観光を理解し、観光客に対しても親切な対応ができる!

○町民が町の魅力を再認識し、上富良野町を誇れる気持ちが持てる!

○地域の自然や景観を保全する気持ちを大勢の町民が持てる!

○町民の郷土愛の醸成　など

現状の観光の課題

○町民自体が町内の観光関連資源の理解が不十分

○観光客を快く受け入れる気運が町内で徹底していない

○町内の観光がつながりのある展開になっていない

○町内の観光情報の発信が不十分（あまり知られていない）

○夏場の花観光に依存

○近接自治体と比べて観光のシンボルのインパクトが弱い

○観光施設・スポットの駐車場等、誘導表示等ハード面の整備が不十分

など

目標達成のために向けた取組

【観光振興計画の基本コンセプト】

【観光振興計画の基本コンセプト】
「あなたと創りたい　かみふらの物語」
～五感で感じる上質の癒し空間へようこそ～

	【前期（～３年目）の取組】	【後期（４年～６年目）の取組】
町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる意識の醸成	○町民参加による地域の観光資源発掘プロジェクト ○町民を対象とした地元再発見ツアー ○観光人材育成プロジェクト	○小中高校を対象とした「地域観光学」講義等の開催 ○前期取組みの継続実施
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見（再評価）・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	○ニューツーリズムのプログラム化（ホップを活かした産業観光） ○戦略的短時間周遊プログラムの構築 ○宿泊客拡大に向けたプログラム構築 ○特産品や料理の開発 ○イベントの拡充	○ニューツーリズムのプログラム化（自然散策、グリーンツーリズム拡充等） ○オフシーズンの集客に向けたプログラム ○前期取組みの継続実施
観光客に満足してもらうための観光関連施設・観光スポット等の整備	○主要観光関連施設・スポットのハード面の整備	○町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板の設置
観光情報の効果的な取りまとめと発信	○観光テーマに応じた町内のモデルルートのとりまとめ ○ホームページに町内施設のマップコード番号を記載 ○インターネット活用による情報発信 ○観光案内所の整備	○前期取組みの継続実施

平成25年度には、観光振興計画の周知及び新しい観光プロジェクト立ち上げのきっかけづくりにつなげることなどを目的に、前期に取組むテーマからキックオフ・プロジェクトを選定し実施します。

【行動計画一覧】

実施項目	プロジェクト名	行動計画	具体取組みテーマ （優先度が高いものは◎）
町全体で観光客を快く受入れおもてなすことができる意識の醸成	町民や上富良野ファンの参加による地域の観光資源発掘プロジェクト	前期	◎町民や上富良野のファンの参加による観光資源発掘プロジェクト
	町民を対象とした地元再発見ツアー	前期	◎町民を対象とした地元再発見ツアー
	小中高校を対象とした「地域学（観光をテーマ）」講義等の開催	後期	○小中高校を対象とした「地域観光学」講義等の開催
	観光人材育成プロジェクト	前期	◎ホスピタリティの向上 ◎ボランティアガイドの育成 ◎特産品・地域メニューの開発 ◎ニューツーリズムの企画と実践 ○ITの活用を通じた観光マーケティングの実践
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見（再評価）・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	ニューツーリズムのプログラム化	前期	◎グリーンツーリズムの拡充 ○自然資源を活かした自然散策ツアーの実践 ◎フットパスの'メッカ'を目指す ◎町内のホップを活かした産業観光の実践
	戦略的短時間周遊プログラムの構築	前期	○花資源を活用したプログラム構築 ○温泉資源を活用した展開 ◎かみふらの八景めぐりのスタンプラリー ○レンタル自転車による町内散策
	宿泊客拡大に向けたプログラム構築	前期	○「かみふ暮らし」の推進 ◎「雲海」ウオッチング、「星空」ウオッチング ○町内の音楽家の宿泊施設出張ライブと楽器演奏体験の実施 ◎町内の農産物の積極活用など地産地消を強化することによる食の魅力アップ
	上富良野ならではの特産品や料理の開発	前期	○上富良野ならではの特産品や料理の開発
	イベントの魅力拡充	後期	○新規小イベントの実施 ○既存イベントの町民企画プログラムの活用 ◎商店街を活用した「かみふらのマルシェ」の実施

実施項目	プロジェクト名	行動計画	具体取組みテーマ （優先度が高いものは◎）
かみふらの物語の素材となる観光資源の発見（再評価）・磨き上げ・観光プログラムとしての提供	オフシーズン（冬）の集客に向けたプログラム	後期	◎上富良野の特徴を活かしたスノーアクティビティの実施 ○「かまくら」を活かした観光プログラムの開発
観光客に満足してもらうための観光関連施設・観光スポット等の整備	主要観光関連施設・スポットのハード面の整備	前期	○主要な観光関連施設・スポットのハード面の整備
	町内の観光施設・スポットまで効果的に誘導するサイン・案内板等の設置	後期	○町内の観光関連施設・スポットまで効果的に誘導するサインや案内板等の設置
観光情報の効果的な取りまとめと発信	観光テーマに応じた町内のモデルルートの取りまとめと効果的な情報発信	前期	◎観光テーマに応じた町内のモデルルートのとりまとめと効果的な情報発信
	観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記	前期	◎観光協会のホームページに町内施設のマップコード番号を明記
	ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報発信	前期	◎ツイッターやフェイスブックを含めたインターネット活用による情報発信
	観光案内所の整備	前期	◎観光案内所の整備

かみふらの八景